

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo



Tesina

La autorreferencialidad en la televisión argentina

*Análisis del programa Showmatch respecto de los escándalos de sus
protagonistas y réplicas*

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Prieto, Romina Soledad

Lic. Walter, Erica

Mason, Alfredo

Cozza, Leonardo

Buenos Aires, 23 de noviembre de 2011
romisolp@yahoo.com.ar / rosolp@hotmail.com

1569266833

Abstract

Tomando como referencia los códigos deontológicos del periodismo de Chile, Colombia y Europa, la presente tesina aborda a partir del análisis del programa televisivo *Showmatch*, la autorreferencialidad que se produce en la TV argentina como producto del consumismo.

Por lo tanto, la hipótesis central sobre la que se sostiene esta investigación afirma que: *el escándalo aumenta la autorreferencialidad*. Para poder rectificar esta teoría, se tomó como marco de referencia el contexto televisivo argentino comprendido durante el período de 2010.

Palabras clave: autorreferencialidad, televisión, Neo-TV, rating, reality show, banalidad, escándalo, imagen, concurso, híbrido, mediático, cosificación, zapping, ética, estereotipos, deontología profesional.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

ÍNDICE

Introducción.....	6
Capítulo 1: Los inicios de la televisión.....	9
Origen de la televisión en la Argentina y el mundo.....	9
La televisión privada y la llegada del cable.....	10
La televisión en los noventa.....	13
La televisión del S XXI, la primera década.....	14
“Los géneros nacen, se enferman y mueren”.....	20
El contexto de la investigación.....	21
Showmatch.....	22
La “tinellización”.....	24
Capítulo 2: Los códigos de nuestra TV.....	26
La ética.....	26
Los códigos en la televisión.....	28
Televisión autorreferencial.....	32
Autorreferencialidad.....	33
Rating.....	34
Zapping.....	35
Banalidad.....	36
Capítulo 3: Introducción al análisis de programa.....	38
Programación de la tv abierta.....	38
Análisis de Showmatch: Mix de formatos.....	43
Introducción al análisis.....	46
Algunos elementos característicos del programa.....	48
Elementos de composición.....	51
El chiste y el doble sentido.....	53
Personajes y estereotipos.....	54
Capítulo 4: La cuantificación.....	58
Los porcentajes de la repetición.....	58

La selección de los programas.....	59
Los temas de Showmatch en los días analizados.....	60
Los porcentajes hablan.....	61
Promediando.....	62
Capítulo 5: Cosificación y escándalo en la tv.....	63
Los temas repetidos.....	63
La mujer cosificada.....	63
El escándalo como pasaje al éxito.....	68
¿Y la ética dónde está?.....	71
Conclusiones.....	74
Bibliografía.....	77
Apéndice.....	I
Anexos.....	X



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

AGRADECIMIENTOS

La presente tesis monográfica representa el cierre de una tapa, un camino que recorrí acompañada por grandes personas, quienes contribuyeron no sólo a mi formación académica, sino por sobretodo a la personal.

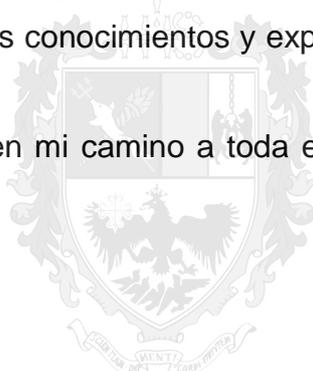
Quiero agradecer, en primer lugar, a mis padres, Digna y Patrocinio, sin los cuales no podría haber llegado hasta aquí. Por su incondicional y eterno apoyo y acompañamiento les doy las gracias.

A mi abuela Patricia y a mi tío Agustín, por ser un ejemplo para mí de perseverancia.

A mi tutor, el Licenciado Mason, por guiarme a lo largo de este proyecto que gracias a su ayuda pude convertirlo en esta investigación.

A todos los profesores y directivos de la Universidad del Salvador quienes me transmitieron sus conocimientos y experiencia a lo largo de toda la carrera.

Y a Dios, por poner en mi camino a toda esta lista de personas sin las cuales no sería esto posible.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCIÓN

En la época de la neo televisión¹, este medio se ha vuelto autorreferencial, es decir, cada vez habla más de sí mismo y menos del mundo exterior. La programación ha cambiado en comparación con sus inicios y asume como mecanismo de producción de mensajes el realismo televisivo absoluto.² El entretenimiento ha pasado a ser todo en la televisión y se mezcla con las demás funciones sin dejar en claro los límites entre una y otra.

A partir de 1990, la televisión comienza a buscar transparencia. Ya no hay miedo de mostrar las cámaras que están grabando en el estudio, ni los micrófonos, los conductores hablan en un tono completamente coloquial y los géneros se entremezclan sin que podamos diferenciar uno de otro.

Pero en la Argentina de los últimos años, específicamente luego de la crisis de 2001, la programación televisiva se vio inundada de programas que se alimentan y giran alrededor de aquellos que tienen mayor rating.

Los chismes insólitamente comenzaron a ocupar horarios centrales. “Las apuestas al periodismo de impacto fácil y a un sensible aumento de las dosis chimenteras fueron agigantándose hasta contaminar los espacios más inesperados, como los noticieros.”³ El politólogo Giovanni Sartori, en su obra *Homo Videns. La sociedad teledirigida* (1997), lo explica de alguna manera refiriéndose a la “aldea global invertida”, en la que la televisión se reduce al mundo de las intimidades y detrás de cámaras producidos en los estudios de televisión, provocando una metacomunicación explícita.

Paralelamente comienza a surgir un nuevo fenómeno: clonar imágenes de programas ajenos que, con el paso de los años, se vuelve cada vez más frecuente. Y en este sentido, el programa del cual van a “vivir” muchos otros será Showmatch.

Este programa, que se emite por Canal 13 en horario prime time⁴ a las 22.30, es producido por Ideas del Sur y conducido por Marcelo Tinelli,

¹ Es la evolución de la televisión con la llegada del cable. Según Umberto Eco, su principal característica radica en hablar cada vez menos del mundo exterior.

² Umberto Eco, *TV: la transparencia perdida, en La estrategia de la ilusión*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 1994, p. 4.

³ Carlos Ulanovsky y Pablo Sirvén, *¡Qué desastre la TV! (pero cómo me gusta...)*, Buenos Aires, Emecé, 2009, p. 119.

⁴ Franja horaria con mayor audiencia: desde las 20:00 a las 24:00.

empresario y productor argentino. Los inicios de este show televisivo datan del año 1990 con el nombre de Videomatch, aunque no se asemeja demasiado a lo que es actualmente el programa. En sus comienzos iba a la medianoche por Telefe (canal 11) y abordaba una temática deportiva que, al no tener éxito, empezó a pasar bloopers, y más tarde evolucionó hacia el humor emitiendo diferentes sketches.

Recién en 1995 el programa de Tinelli pasa al horario prime time comenzando a transmitirse a las 21; y en el 2004, tras una discusión con el director de programación de Telefe, Claudio Villarruel, el productor abandona el canal trasladándose hacia Canal 9.

Es en este momento cuando el programa inicia una nueva transformación. Los humoristas más reconocidos de su emisión se alejan por diversos motivos y ahora Showmatch pone al aire un concurso llamado *30 segundos de fama*, en el que diferentes participantes debían exhibir sus habilidades por ese lapso de tiempo, además de la quinta edición de *Gran Cuñado*, una parodia al reality de *Gran Hermano* pero en la que los participantes son personajes políticos del momento.

Pero el gran cambio de rumbo que hizo el programa se produjo con la llegada a Canal 13 en el 2006. Esa temporada presenta la primera edición de *Bailando por un sueño*. Alejándose de su formato original⁵ enfatizó las características de reality show y, en especial, por la variedad de temáticas bailables elegidas, más de una docena, del flamenco al rock, del merengue a la chacarera, del hip hop al ballroom.”⁶

Este y sus adaptaciones (*Cantando...* con dos ediciones en 2006 y 2007; *Patinando...* también con dos ediciones en 2007 y 2008; *Bailando Kids...* y *El Musical de tus Sueños* ambos emitidos en el 2009) se convirtieron en un fenómeno del rating. Gracias a los cruces entre participantes y jurados desplegó una gran repercusión en los demás programas, algunos de los cuales mostraron los entretelones, otros magnificaron las peleas que sucedían en el concurso (a veces hasta las “provocan” y se citan en el *Bailando...*) y otros simplemente se encargaron de criticar o burlarlo. No importa qué decían del

⁵ *Bailando con las estrellas*, el programa mexicano, es el formato original de la versión argentina.

⁶ Carlos Ulanovsky y Pablo Sirven. *Op Cit.* P. 245.

programa, éste continuó reproduciéndose en la pantalla y ocupando cada vez más horas.

Esta es la problemática que se buscará analizar y comprender. Una creciente reiteración de contenido en los programas de aquellos productos televisivos exitosos, considerándolos como tales a partir de las mediciones de rating que estos tienen.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

CAPÍTULO 1

LOS INICIOS DE LA TELEVISIÓN

Origen de la televisión en la Argentina y el mundo

Aunque el origen de la televisión se puede rastrear hasta los estudios de Galileo Galilei, ya que fue quien comenzó a utilizar el concepto de “visión a distancia”, es durante la primera mitad del siglo XX cuando aparece el aparato en sí en Estados Unidos y todos los cambios que este nuevo medio implicó.

Comenzaremos a narrar de forma breve un poco de la historia de la TV con el fin de ayudar a encuadrar este trabajo de investigación.

En la década del 20 empiezan los ensayos experimentales en la Argentina logrando transmitir imágenes a corta distancia. Mientras aquí en 1929 se realizan las primeras transmisiones informales y en 1930 se funda el Centro Argentino de Televisión, en Estados Unidos las primeras transmisiones públicas comenzaron a emitirse ese mismo año (por la CBS -Columbia Broadcasting System- y NBC -National Broadcasting Company-) y, anteriormente, en 1927 por la BBC (British Broadcasting Corporation) en Inglaterra.

Recién en 1949 el gobierno argentino empieza a demostrar cierto interés en la llegada de la televisión al país. Es así como dos años después se crea Canal 7, el primer canal argentino en la capital, durante el mandato de Juan Domingo Perón. La primera transmisión oficial en la Argentina se efectuó el 17 de octubre de 1951, día de la “Lealtad peronista”, la cual consistió en mostrar el discurso de Eva Duarte de Perón en Plaza de Mayo. Esta primera transmisión fue responsabilidad de Jaime Yankelevich, propietario y director de Radio Belgrano, por lo que se lo considera el padre de la televisión argentina.

Para lograrlo se importó la tecnología necesaria para la instalación del canal, que primero se ubicó en el Ministerio de Obras Públicas, y unos siete mil aparatos receptores.

En cuanto a la programación nacional, el telenoticiero fue uno de los primeros formatos del país, después se sumaron los musicales y programas de cocina. Además, se emitían series estadounidenses que la completaban.